

Universidad de Medellín

Coreografías urbanas del desprecio. Estéticas neo-barrocas en la ciudad de Medellín *

Nora Margarita Vargas Zuluaga**

Recibido: 10 de julio de 2013

Aprobado: 13 de septiembre de 2013

RESUMEN

Los espacios y las imágenes de la ciudad de Medellín, capital de Departamento de Antioquia, que se promocionan al exterior tienen una cualidad de espejismo. La metáfora de *ciudad vitrina* es excelente para describir la poética seleccionada para prescribir los modos de estar en el espacio público. Una ciudad desértica, hiperordenada, hiperhigiénica, vendida como marca en imágenes, en la que todo es visible y que hace continuos himnos a la tecnología y la innovación. Mediante la oferta de imágenes de la ciudad al exterior, se pretende integrar la cultura de la ciudad, realizando un proceso de reducción a la *Cultura Metro*. Una cultura de la limpieza, la eficacia, el trabajo y la aparente felicidad que da el orden urbano.

Todas las imágenes que se muestran en el siguiente análisis, fueron extraídas de

sitios oficiales de los diferentes estamentos públicos, aluden a la emergencia de una clase social elitista enfocada hacia el desarrollo y el emprendimiento, a la innovación representada en edificios como escenografías, coreografías urbanas del desprecio, que en algunos de los casos no son lugares turísticos, ni públicos, (como el caso del edificio e innovación científica, Ruta N) puesto que sus puertas no están abiertas a todo aquel que desee conocerle, y, sin embargo, busca ubicarse dentro del imaginario popular como un símbolo del rumbo político que se enfoca hacia un progreso basado en la implementación de tecnología e investigación científica.

Palabras clave: neo-barroco, estéticas expandidas, Medellín, cuerpos, ciudad.

* Este artículo hace parte de la investigación *Estéticas expandidas, estéticas neo-barrocas en la ciudad de Medellín: Imágenes callejeras en el centro de la ciudad*, adscrita al Departamento de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad de Medellín (2012-2013).

** Docente de tiempo completo del Departamento de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad de Medellín, coordinadora de la Catedra Institucional Ciencia y Libertad. Licenciada en Formación Estética de la Universidad Pontificia Bolivariana y magíster en Desarrollo Sustentable de la Universidad de Lanús de Buenos Aires, Argentina. Correo electrónico: nmvargas@udem.edu.co

Urban Choreographies of Disdain Neo-baroque Aesthetics in Medellin city

ABSTRACT

Spaces and images of Medellin, capital of Antioquia state, which are promoted abroad have a mirroring quality. The metaphor of window city is excellent to describe the selected poetic in order to prescribe the ways of being in the public space. A deserting city, hyper-ordered, hyper-hygienic sold as brand in images in which everything is visible and which makes continuous odes to technology and innovation. Through the offer of city images for abroad, it is intended to integrate the city culture, carrying out a reduction process to Metro culture. A culture of cleaning, efficiency, work, and apparent happiness that the urban order provides.

All images showing in this analysis, were taken from in official sites of different public

entities; they refer to the emergency of an elitist social class focused on the development and entrepreneurship, to innovation represented in buildings as sets, urban choreographies of disdain that in some of the cases are not either public or tourist places, (such as the case of the building of scientific innovation "Ruta N" (because their doors are not open for everybody who wants to visit them, and, however, it looks to place within the popular imaging as a symbol of the political direction which focuses on a progress based on technology implementation and scientific research.

Key words: Neo-baroque, expanded aesthetics, Medellin, bodies, city

Emergencias retóricas de lo Neobarroco en la Urbe

Usar el término neobarroco es útil para dar cuenta de una época o de una cultura tendiente a experimentar los excesos. Los estados de exceso indican el quiebre de los límites y rupturas en torno a la estabilidad de determinado sistema.

En este sentido no creemos posible delimitar perfectamente un momento histórico en el cual *lo barroco* dejó de existir a nivel social, se podría decir que dejó de importar o empezó a importar a ser o no retratado en los documentos académicos, en los proyectos políticos y en el imaginario popular, pero siempre ha estado allí, latente en los espacios interculturales, ese gusto, ese placer, ¿culpOSO?, ese llamado hacia lo *extravagante* y lo *anómalo*.

Tanto a nivel estético como artístico, estamos llamados hacia esos mundos opuestos a lo políticamente correcto, y, de alguna manera, esos sentires emergen por medio de la comunicación entre las personas. Así el placer del morbo subyace en casi todos los aspectos de la vida cotidiana desde tiempos inmemorables¹, y el chisme, la crítica social, el escrutinio público y los señalamientos, marcan precisamente la existencia de universos barrocos que constantemente llaman nuestra atención, al menos cuando intentamos demostrar que no nos son completamente ajenos, indiferentes o nauseabundos.

En el plano discursivo de lo anómalo², las personas segregadas³ son temas recurrentes de la conversación académica, pues se nos ha enseñado a ver en la exclusión de las individualidades peligrosas la imagen de *lo incorrecto*, además como un resultado del *orden* impuesto desde lo más alto de las estructuras políticas y gubernamentales que dominan el mundo.

Omar Calabrese (1987) observa que la cultura contemporánea está viviendo fenómenos de excesos endógenos que abarcan, además del arte, los comportamientos políticos y sociales. Esta cultura del exceso, de lo hiperbólico y lo excéntrico, incide decisivamente en las formas de representación; de manera que el exceso puede estar “representado como contenido”, o puede modificar la “estructura de representación”, sus dispositivos, apuntando sobre todo a la

¹ Cfr.: Bataille (2005). Tres manifestaciones del erotismo encuentran su expresión estética en la aprobación de la vida hasta en la muerte: erotismo de los cuerpos, erotismo de los corazones y erotismo de lo sagrado. Cada una de estas manifestaciones despliega la experiencia interior en el juego del ser en devenir, escenificados en las coreografías urbanas en tensión entre lo normal y anormal.

² Consultar el libro *Experiencias desnudas del orden. Cuerpos deformes y monstruosos*, escrito por el historiador Hilderman Cardona Rodas (2012), donde se emprende, desde una antropología e historia del cuerpo, un análisis de los cuerpos vistos como anómalos y grotescos en Colombia. Allí se dice que “lo anormal solo se define en función de caracteres, genéricos o específicos, mientras lo anómalo designa una posición o conjunto de posiciones en relación con la multiplicidad.” (p. 18)

³ Transeúntes, indeseables, locos, ambulantes, prostitutas, entre otros, los cuales son objeto-sujeto del presente artículo resultado de investigación.

desmesura, a lo demasiado, e indicando también tipos de comportamientos y conductas (excesivas) que se salen de los límites conocidos o aceptados.

Precisamente, en torno a lo que se acepta y lo que no, de lo que nos define o no, de lo que aceptamos como elemento identitario propio o lanzamos como categoría para adjetivar un mundo que no comprendemos, que nos asusta o nos excita de la manera más profunda; podríamos decir que lo barroco siempre ha habitado el mundo, que el mundo es barroco por excelencia, plagado de un orden caótico, animal, instintivo, y es precisamente el hombre, con su interés por alejarse de todo aquello que le recuerda a su bestia interior y autodenominarse *superior* quien construye categorías que lo alejan de aquel universo, al cual reconocerá como excéntricamente individualista y, por ende, alejado del ideal cultural de lo que *debe ser* una sociedad *culta*.

Lo culto, en este sentido, es todo lo que se relaciona con los supuestos formales de belleza, con los juicios más positivos de valor, sobre lo correcto y humano, ya que el humano es todo lo divino y semejante al máximo ideal de lo correcto, llamado dios, estado o arte.

El neobarroco es un movimiento de categorizaciones, muy amplio y puntual al mismo tiempo. En palabras de Calabrese, es una actitud de época, es una codificación que excita el orden del sistema con fluctuaciones y turbulencias. Así, Calabrese señala el poder del neobarroco como algo que no se adecua a las definiciones contrapuestas de clásico versus barroco, por ejemplo, sino que va más allá pues rechaza las ideas de un desarrollo o de un progreso, a su vez como las de *corsi* y *ricorsi* históricos. Ahora bien, el neobarroco siempre estuvo fuera de esa idea de progreso o mutación.

Por lo anterior, todo aquello que hoy reconocemos como distinto, adverso y divergente de lo que consideramos ordenado, es un residuo de la época en que lo barroco dominó, es la muestra fehaciente de que la bestia humana nunca ha dejado de existir, sino que ha sido invisibilizada. Todo lo que nos recuerda dicho monstruo que llevamos dentro, toda la excentricidad que excita nuestro morbo, es, entonces, repudiado al menos en el ámbito de lo público, quizá por temor a ser de nuevo arrojados a ese infierno de lo indecoroso, de lo feo, de lo antiestético.

Esos espacios de la alteridad urbana, coreografías urbanas del desprecio⁴, son espacios que no comprendemos ni buscamos conocer, son mundos que

⁴ Sobre este punto, la investigación *Biopolítica del espacio urbano. Vigilancia y apropiaciones en Medellín y municipios circunvecinos* (1946-1951), de los investigadores Hilderman Cardona Rodas y Juan Camilo Vásquez Atehortúa del Departamento de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad de Medellín, estudia la configuración de un área metropolitana en función del espacio vivido, percibido, construido y habitado mostrando las tensiones entre planificación y resistencia, haciendo uso de la herramienta metodológica de la biopolítica (administración capitalista de la vida) para comprender el desarrollo urbano de una ciudad como Medellín en la segunda mitad del siglo XX.

remiten a un sinfín de imaginarios sobre lo perverso, lo exagerado y lo excéntrico, espacios que subsisten y seguirán creciendo a medida que avancen las ciudades. Pues no se trata de un individuo ni de un colectivo sino de una serie de pulsiones que se subliman con la experiencia del cuerpo que deambula, vagabundo, por las calles de lo absurdo y transgrede los espacios públicos apropiándose de ellos, no para el bien común sino, por el contrario, para fines individuales y egoístas, porque probablemente nunca sabremos la motivación de quienes están allí, aunque queramos comprenderlos.

Habría entonces que comprender el sentido de la estética desde esas visiones individualistas que nos pueden otorgar, si quieren, aquellos que habitan libremente el mundo barroco que tanto aborrecemos, ese mundo que se dibuja con más fuerza en los espacios no fotografiados ni fotografiables de la sociedad, esos universos tenebrosos que habitan las bestias salvajes que suponemos existen, cuando cae la noche, cuando la gente buena, políticamente correcta, estéticamente perfecta, aseada, limpia, aséptica y culta toma rumbo hacia su casa.

De hecho, todas las sensaciones que nos genera la existencia de esos seres, está subjetivada por discursos políticos que, en su afán de hacer más visitables las ciudades y los espacios urbanos, han inventado, para evitar que las personas de “bien” se dejen llevar por el impulso universal y natural de querer ser un individuo, de asumir una conciencia particularmente egoísta que se opone, de manera tajante a la existencia de una comunidad que sostenga un estado político, un sentido nacionalista y delimitado entre frontera y frontera.

Imágenes idealizadas de Medellín: ciudad innovadora, tacita de plata, la ciudad de la eterna primavera



Fotografía 1: Plaza de la Luz. Antigua plaza Cisneros. Tomada de: <http://www.wradio.com.co/noticias/sociedad/medellin-la-ciudad-mas-innovadora-del-mundo/20130301/nota/1851210.aspx>

Uno de los valores superpuestos en esta marca de ciudad generada en Medellín es la innovación; como resultado de esto, presentamos una serie de imágenes de los primeros intentos de innovación en espacios públicos que se implementaron en los Plan de Ordenamiento Territorial (POT) de 2000. Mediante un concurso arquitectónico se convoca a los arquitectos de la ciudad a crear una “obra de arte” para embellecer y crear un ícono que borro los antecedentes de la antigua plaza de Cisneros de Medellín para convertirla en un “poema a la luz”, como parte de un proyecto para renovar el centro de Medellín. En 2002 se realizó una convocatoria para “recuperar” la Plaza de Cisneros, implementada por la administración del ex-alcalde Luis Pérez, llamada “Medellín es luz, un poema urbano”, en el cual se seleccionó el proyecto del arquitecto Juan Manuel Peláez.

El diseño de la plaza cuenta con un gran “bosque artificial” de 300 postes con una altura máxima de 24 metros, cada uno de ellos con una base de concreto de 4 metros y otros 18 metros en estructura metálica, que iluminan la noche con 2.100 reflectores en total (siete en cada torre), y a las que apoyan 170 lámparas de piso. De la misma manera, en la plaza hay fuentes de agua, guaduas (un tipo de bambú), pisos en plataformas de varios niveles y el sistema de iluminación computarizado que simula las fases de la luna.

El amoblamiento urbano en la plaza está a cargo de la empresa Cash Mobiliario, a la cual el municipio le entregó en concesión el mobiliario de la ciudad por 12 años, encargándose de las bancas colectivas, sillas individuales, basureras, paraderos cubiertos para buses, bolardos, entre otros, propiciando que otros espacios de la ciudad se edificaran de forma homogénea. Este tipo de “poética”, coreografía urbana del desprecio, como puede verse en la fotografía 1, tiene una cualidad minimalista, funcionalista y monometalista.

La tendencia estética que se impone en el espacio es fundamentalmente la circulación y la realización de eventos masivos⁵. Sin embargo, el “poema a la luz” en el que es convertido el espacio público olvida por completo el referente histórico en el que se constituyó la Plaza Cisneros; es así como cambia su nombre para llamarla Plaza de la Luz, negando fundamentalmente el pasado de comercio de productos agrícolas que se realizaba en esta plaza contigua a la estación del tren y epicentro de los encuentros entre el campo y la ciudad a comienzos de siglo. Otro aspecto de mencionar en esta innovación de ciudad, en esta “museificación del espacio público”, son los efectos que generan este tipo de intervenciones para los habitantes cotidianos de este espacio.

En la antigua Plaza Cisneros se encontraba habitada por ciudadanos denominados *indeseables*, *recicladores*, *vendedores* y *artistas callejeros*⁶, donde es

⁵ Entre estos eventos figuran: Feria de las Flores, Colombia Moda, Festival del Humor, Desfile de Mitos y Leyendas, entre otros.

⁶ Pobladores del paisaje de la ciudad que son objeto de exclusión y repudio en las coreografías urbanas que estudia el presente texto.

perceptible el proceso de poblamiento que se produjo por la vocación misma de este espacio público, en el cual siempre se habían reunido los pobladores de estratos económicos más humildes a comerciar sus productos. Al higienizar y museificar la plaza como “obra de arte” o “hito arquitectónico”, estos personajes son excluidos, pues la administración de ciudad “más innovadora” organiza un dispositivo de vigilancia y control del espacio para mantener distante a la *población defectuosa* frente a los ideas comerciales y disciplinares de un espacio urbano normativo⁷.

Este no es el único ejemplo de cómo la marca de ciudad innovadora se convierte en una fachada vacía que no representa las diversas estéticas que constituyen a Medellín⁸, sino un estereotipo del progreso que desconoce por completo la singularidad local: Parque de los pies descalzos.



Fotografía 2. Parque de los pies descalzos. Fotografía tomada de: <http://www.paginasamarillas.com.co/guia/gcmedellin>

En las imágenes que promocionan a Medellín como la ciudad más innovadora⁹, vemos como la ésta es desprovista de gente, bullicios, autos, basura, es

⁷ Al transitar este espacio urbano de Medellín se aprecia la connivencia y simbiosis entre diferentes personajes urbanos, lo cual muestra las dinámicas sociales que este espacio entraña.

⁸ Cf.: Cardona-Rodas (2008), donde se emprende un análisis del espacio urbano como manifestación cultural de circulación biopolítica de mercancías e imágenes sociocomerciales de identidad según la relación entre cultura, masaje y sociedad.

⁹ Según Jordi Borja, la imagen de ciudad hoy se vende como mercancía en una economía postindustrial regida por conceptos- productos urbanos banales y confusos: ciudad informacional, ciudad competitiva, ciudad del conocimiento, ciudad creativa y ciudad inteligente. “La ciudad competitiva es probablemente la más tramposa. En primer lugar es un concepto absurdo, el territorio no es competitivo. Una ciudad puede ser más o menos atractiva para los turistas, los congresistas, los emigrantes o las mafias. Su gobierno o sus elites pueden competir para organizar un evento o ser sede de un organismo internacional. Pero nadie es propietario del territorio o de la ciudad, lo son en todo caso las generaciones pasadas, presentes y futuras. Pero este absurdo teórico

decir lo abyecto y barroco que circula en ella. En este caso ofrecemos una perspectiva de plano general del Parque de los pies descalzos (fotografía 2). Como podemos observar los espacios a través de los cuales se posiciona la imagen de la nueva ciudad se caracterizan por el minimalismo arquitectónico. En la estética minimalista se hace una reinterpretación de un racionalismo purista de líneas simples, que hacen fácil no solo la vigilancia, sino además la limpieza. Siguiendo a Bendeck:

Hay quienes consideran que el minimalismo es una versión corregida y extremada del racionalismo – compartiendo con este, el encuentro del razonamiento lógico y la creación que resulta del uso de los sentidos – y de la abstracción con que las artes responden a la aparición revolucionaria de la industria a finales del siglo XIX. En este momento, el arte y la arquitectura modernos adoptaron la máquina como modelo de obra autosuficiente, reducida a su pura esencia y en pos de una autonomía. La nueva arquitectura rechazaba la tradición de estilos que habían constituido durante siglos su repertorio constructivo, en un intento de evitar todo simbolismo y subjetivismo (Bendeck, 2010).

En este tipo de espacialidades y de estéticas se construye una poética que a su vez impone usos del espacio y modos adecuados de subjetivación para habitar los mismos. En el caso de espacios como Pies descalzos y la serie de parques “temáticos” que se construyeron en Medellín en el período 2000 – 2013, además del mobiliario urbano que homogenizó el centro con la llegada de las estaciones del metro, se pueden apreciar líneas limpias y espacios que, por lo regular, son administrados por empresas privadas que los dirigen desde una lógica de vigilancia privada, haciendo uso de todo tipo de estrategias para condicionar las estéticas de quienes pueden habitarlos para que encajen en la imagen de ciudad que se pretende vender.

En el momento de ubicar a la ciudad dentro de la vitrina del mundo y generarle un espacio en el estandarte global, no cabe entonces, la imagen de lo sucio, de lo caótico, desorganizado y sin rumbo, que se opone a la asepsia a la simetría urbana, planeada desde el POT del municipio de Medellín.

Los espacios y las imágenes de ciudad que se promocionan tienen una cualidad de transparencia aséptica, de espejismo. La metáfora de la ciudad vitrina es excelente para describir la poética seleccionada para prescribir los modos de estar en el espacio público. Una ciudad desértica, hiperordenada, hiperhigiénica, en la que se realizan continuos himnos a la tecnología y la innovación: construcción de espacio como coreografías urbanas de la exclusión.

es un concepto práctico que sirve para legitimar las operaciones especulativas, los costes sociales debido a la reducción del salario directo (monetario) e indirecto (los bienes y servicios que proporciona la ciudad a sus habitantes). La ciudad competitiva, a su vez “sobrelegitimada” por la perversión de la cultura estratégica es hoy un instrumento urbanicida pues sirve para generar enclaves en la ciudad aglomerada y marginaciones en las zonas urbanizadas sin ciudad.” En: <http://www.sinpermiso.info/textos/index.php?id=6505>

Otro ejemplo lo constituye el Parque de los Deseos, donde se presenta otra de las imágenes innovadoras de la ciudad, que escenifica una especie de museo de la ciencia dentro de una amplia zona temática que pretende tener valor cívico e identitario (fotografías 3 y 4).



Fotografías 4 y 5. Parque de los deseos. Fotografías tomadas de: [http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Parque_de_los_Deseos\(3\)-Medellin.JPG](http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Parque_de_los_Deseos(3)-Medellin.JPG), http://hyegestionturistica.blogspot.com/2012_12_01_archive.html

En el contexto de la ciudad planificada y construida el vagabundo constituye una figura social indeseable, contrapuesta, pues es manifestación neobarroca de saturación, de teatralidad, de lo humano vivido. Es una figura de lo rural, lo bucólico, lo instintivo que agrieta la llamada tacita de plata¹⁰, como tradicionalmente ha sido conocida la ciudad de Medellín. Así, se visibilizan las estrategias retóricas frente a la construcción de la Medellín vendida como *Marca*. Es precisamente bajo esta mirada como comprendemos la importancia de enfocarnos hacia ciertos elementos vivos que, siendo parte fundamental de la sociedad urbana, son dejados de lado a la hora de vender u ofertar la ciudad ante el mundo. De la misma manera que se exhibe un producto en una vitrina, se ubica de tal manera que cualquier fisura o muestra de asimetría desaparezca en el espejismo de la perfección, de un ideal estético basado en lo correcto, lo puro, lo fino, o en este

¹⁰ Una historia crítica de la configuración de imaginarios y territoriales de la ciudad de Medellín se aprecia en el libro *Moscas de todos los colores. Barrio Guayaquil de Medellín 1894 – 1934*, escrito por Jorge Mario Betancur (2006). Allí se estudian las transformaciones del espacio urbano y la instauración de dinámicas sociales para finales del siglo XIX, mostrando como algunos sectores sociales (negros, mujeres, niños) fueron víctimas de discriminaciones y exclusiones dentro de modelo de ciudad higienizada donde operaba la idea de una ciudad tacita de plata que homogeniza y desprecia la diferencia.

caso específico, del orden y lo ordenado, de lo elegante y lo progresista que denota el uso exagerado del concreto para la delimitación urbana.

De modo implícito, estas problematizaciones críticas y reflexivas evidencian líneas alargadas o amplias plataformas duras de concreto, de jardines simétricos que simulan la imagen idealizada de monarquía francesa, además de la configuración de dispositivos corporales que legitiman ideologías políticas a través de las retóricas espaciales impuestas por determinaciones de planificación urbana.

Observando estas imágenes idealizadas de ciudad podemos reconocer como en el sentido expresado por Sánchez y Moura (2005), estas tematizaciones urbanas mantienen una tendencia a la proliferación del llamado pensamiento único reduciendo la complejidad y singularidad de los fenómenos urbanos a simples clichés comerciales. Esto produce una estandarización o imaginario según el cual no existe mayor diferencia las ciudades, porque todas se parecen a los modelos identificados como *exitosos* en el contexto internacional. Con esta tendencia reduccionista que sólo admite los manifiestos futuristas, las idealizaciones de la tecnología y las experiencias de obsolescencia programada como los nuevos mantras del progreso; se universaliza la idea de que para pertenecer al mercado mundial, para entrar en el juego de la competitividad, es necesario renunciar a las singularidades que han construido las ciudades. Esta estandarización y la reducción al cliché publicitario, a la fachada comercial, ocurren por las múltiples imágenes metonímicas que producen los discursos publicitarios. La metonimia se produce como un cambio de nombre o de significado que, en relación a una ciudad, toma el efecto por la causa, o viceversa. Con ello, se puede ver que cuando se habla de Medellín se lo hace, desde los discursos oficiales, como *la ciudad de la eterna primavera*, *la tacita de plata* o *la ciudad más innovadora*; este tipo de metonimia es restrictiva y prescribe una perpetua felicidad de los habitantes; en este modo de nombrar a la ciudad se intenta mantener una imagen de cierta rectitud y adecuada moral económica y social a nivel internacional manteniendo al margen toda una microfísica de la exclusión y una segmentaridad de los espacios urbanos de poder. Las metonimias construidas para Medellín no expresan la diferencia de la ciudad, ya que un proyecto de ciudad innovadora la hace desaparecer, la estigmatiza e invisibiliza.

Una de las muestras de este pensamiento único se hace evidente en la ciudad de Medellín con la idealización y minimalización del espacio que ha intentado uniformar la ciudad mediante las intervenciones de los espacios públicos que circundan en el Sistema de Transporte Integrado Metro. Asimismo, en el Parque de Berrio se hace caso omiso de la importancia histórica que ha tenido este lugar para la ciudad, poniendo en obra procesos de demolición y ocultamiento del patrimonio físico de la ciudad, y, así, homogenizar la estética del parque con las demás plazoletas del Metro de Medellín, a partir de una estética de líneas

simples, espacios abiertos, jardines medidos y la introducción de los mismos materiales que construyeron el sello del estilo arquitectónico que el modelo Metro impone. El amoblamiento urbano del proyecto Metro, el espíritu del concreto, es considerado como uno de los principales discursos del progreso urbano y del *orgullo* y la *pujanza paisa*. Este modelo se observa en las imágenes de ciudad, en relación con la exaltación de los *avances* en materia de movilidad *amigable* con el medio ambiente y pensando en el transeúnte como colectivo, dejando conscientemente de lado a quien usa de manera particular dichos espacios.



Fotografía 6. Plazoletas del metro de Medellín y amoblamiento urbano del metro. Tomado de: <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=471060&page=97>

En la fotografía 6 vemos algunos de los principales elementos arquitectónicos que poblaron a la ciudad según el modelo Metro: canecas de basura y bancas en forma de cubo sin espaldar. Esta será la nueva espacialidad que se considerará como ordenada, civilizada y relativa al progreso. Por ello, la llamada *cultura Metro* exige no estar mucho tiempo en las plataformas pues es precisa una circulación constante bajo los rigores del capitalismo. Con ello, es necesario llamar la atención sobre los permanentes procesos de vigilancia a los que serán sometidos estos nuevos “espacios públicos” por parte del Metro. Dichos procesos no permiten que sujetos que no encajen en la nueva estética limpia, simple y minimalista puedan entrar en estos espacios, ya que son considerados sólo por su diferencia y vistos como peligrosos (fotografía 7).



Fotografía 7. Campaña publicitaria de la "cultura metro". Fotografía tomada de: <http://lareal-nuevasescuela.blogspot.com/2012/07/publicidad-sistema-de-transporte.html>

La transparencia de estos escenarios funciona en el dispositivo de vigilancia y control en ese sistema de transporte, espacio diseñado para el tránsito y no para el encuentro. Los espacios y las imágenes de ciudad que vende el Metro de Medellín son un excelente ejemplo de las manifestaciones del imaginario de *cultura paisa* que pretende proyectar a la ciudad desde una imagen idealizada, donde opera un discurso metonímico que pone en tensión social y arquitectural entre lo correcto y lo incorrecto, privilegiando el primero como el paradigma a seguir. Mediante estas imágenes se pretende totalizar la cultura de la ciudad, realizando un proceso de reducción a la *Cultura Metro*. Una cultura de limpieza, eficacia y trabajo de apariencia feliz que ordena lo urbano. De esta forma, en la fotografía 7 se aprecian una campaña *cívica* que acentúa una caricatura de valores asépticos y de limpieza inscritos en coreografías urbanas del desprecio.

Consideraciones finales

El problema que se manifiesta en estos distintos tipos de idealización de la ciudad de Medellín, analizadas en las fotografías, constituyen una producción de ciudad como marca según los imperativos de la globalización, lo cual imposibilita de construir una identidad de ciudad que parta del reconocimiento y valoración de las singularidades locales. Al respecto vale la pena mencionar las reflexiones de dos autores que hacen énfasis en la necesidad de crear marca ya no solamente desde factores duros como la arquitectura, sino incluyendo las singularidades de los hábitos, prácticas culturales y producción de sus habitantes. Hermenedildo Seisdedos (2005), en una entrevista realizada por el sitio City marketing, propone que es necesario para construir una marca partir de

atributos emocionales que estén motivados por la identidad de la ciudad (valores que la hagan única y que sean producto de la misma comunidad), incorporando íconos culturales, procesos de memoria histórica, prácticas y hábitos singulares. Al respecto, Doris Capurro (2006) propone en su texto “Las ciudades quieren ser marca”, que las ciudades se diferencien por factores blandos como los valores. Capurro sostiene que la ciudad que logre materializar estos factores blandos puede desarrollar una marca que respalde y fortalezca identidades no ideadas por publicistas, sino con pertenencia en los imaginarios de las personas y los habitantes cotidianos.

Desde estas perspectivas se plantea otra posibilidad del marketing de ciudad, como estrategia de reconocimiento y apoyo de los atributos y poblaciones de una ciudad de forma integral. Este tipo de marketing hace énfasis en la singularidad, permitiendo definir las ventajas comparativas respecto de otras ciudades. Este tipo de posicionamiento requiere la inclusión y la participación de la mayor cantidad de estéticas posibles, no la homogenización de una línea dura que simule el progreso de otras ciudades, impulsando las diferentes formas y estéticas del *acontecimiento* habitar y morar la ciudad.

Bibliografía

- Bataille, G. (2005). El erotismo. Barcelona, Tusquets.
- Bendeck-M - Fuente: Die Gläserne Kette, en: http://www.webislam.com/articulos/39600-arquitectura_minimalista_espiritualidad_reduccion_y_exaltacion_del_espacio
- Betancur, J. M. (2006). Moscas de todos los colores. Barrio Guayaquil de Medellín 1894 – 1934. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.
- Borja, J. (2013). ¿Ciudades inteligentes o cursilería interesada?, en: <http://www.sinpermiso.info/textos/index.php?id=6505>
- Bourdieu, P. (2003). Un arte medio, ensayo sobre los usos sociales de la fotografía. Barcelona: Editorial Gustavo Gili SL.
- Calabrese, O. (1987). La era neobarroca. Madrid: Cátedra.
- Capurro, D. Las ciudades quieren ser marcas. www.lanacion.com.ar (18/06/2006).
- Cardona-Rodas, H. (2012). Experiencias desnudas del orden. Cuerpos deformes y monstruosos. Medellín: Universidad de Medellín.
- Cardona-Rodas, H. (2008). Cultura, sociedad y masaje. En: *Anagramas*, Revista de la Facultad de Comunicación, Vol. 6, No. 12, Universidad de Medellín.
- Deleuze, G. (1991). Posdata de las sociedades de control. En: Christian Ferrer (Comp.) El lenguaje literario, Tº 2, Montevideo: Ed. Nordan. Traducción: Martín Caparrós.
- De Certaud, M. (1996). La invención de lo cotidiano. Artes de hacer. T. 1. Traducción de Alejandro Pescador. México. D.F.: Universidad Iberoamericana. Departamento de Historia. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente. Centro Francés de Estudios Mexicanos y Centroamericanos.
- Dewey, J. (2008) [1934]. El arte como experiencia. México – Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Vargas Zuluaga, N. (2012). Construcción de modos de vida sustentables partiendo de las experiencias estéticas expandidas sobre el paisaje. Tesis

de maestría en Desarrollo sustentable, Universidad de Lanús, Buenos Aires.

Sánchez-F, Moura-R. (2008) Ciudades modelo: estrategias convergentes para su difusión internacional (Revista Eure (Vol. XXXI, N° 93), pp.

21-34, Santiago de Chile, Seisdedos-H (2005), <http://3vectores.com/que-es-el-citymarketing/agosto-2005>)

Panofsky, E. (1995) El significado en las artes visuales. Madrid: Alianza Editorial.